Rapport ministériel sur le rendement

Office national du film du Canada

2014-2015

L'honorable Mélanie Joly, C.P., députée
Ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles

© Office national du film du Canada, 2015
No de cat. NF1-2/2015F-PDF
ISSN 2368-3058

Table des matières

Message de la Ministre 1

Message du Commissaire 2

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation 5

- Profil de l'organisation 5
- Contexte organisationnel 6
- Dépenses réelles 13
- Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental 15
- Tendances relatives aux dépenses du ministère 16
- Dépenses par crédit voté 16

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique 17

- Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde 17
- Programme 1.1 : Production audiovisuelle 18
- Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire 26
- Sous-programme 1.2.1 :Conservation et préservation 29
- Sous-programme 1.2.2 :Accès des consommateurs et interaction 32
- Sous-programme 1.2.3 :Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction 35
- Sous-programme 1.2.4 :Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale 38
- Services internes 42

Section III : Renseignements supplémentaires 43

- Faits saillants des états financiers 43
- États financiers 43
- Tableaux de renseignements supplémentaires 47
- Dépenses fiscales et évaluations 47

Section IV : Coordonnées de l'organisation 50

Annexe : Définitions 51

Notes de fin de document 55

Message de la ministre

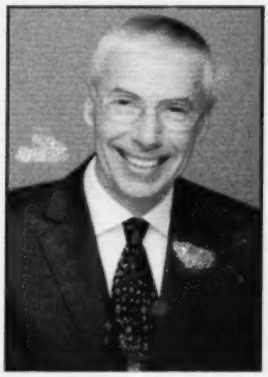
Chacun à leur façon, les organismes du portefeuille de Patrimoine canadien, dont l'Office national du film (ONF), enrichissent la vie des Canadiens. Ensemble, ils contribuent à la vitalité et à la diversité de notre scène culturelle ainsi qu'à la protection et à la mise en valeur de notre patrimoine historique, artistique et documentaire. Ils encouragent également l'innovation afin que le Canada soit un véritable chef de file dans le virage numérique, tout en faisant valoir notre dualité linguistique. Nous avons toutes les raisons de saluer l'apport de ces institutions qui font de notre pays un endroit où il fait si bon vivre.

En tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles, l'ONF a contribué au fil des ans à définir l'identité canadienne, à bâtir notre culture et à raconter nos récits au moyen de films présentant les gens, les lieux et les moments importants de notre histoire. Au cours de la dernière année, l'ONF a célébré son 75^{e} anniversaire, qui coïncidait avec le 100^{e} anniversaire de naissance de Norman McLaren, une légende du cinéma et de l'animation à l'ONF. Ce sont 75 années d'innovation, de création et de leadership en documentaire à caractère social, en animation d'auteur et, plus récemment, en production interactive audacieuse que l'organisme a fêtées. L'ONF veille également à refléter la diversité culturelle et linguistique du pays et s'assure que ses œuvres sont accessibles à toutes les communautés qui forment notre société.

À titre de ministre du Patrimoine canadien, je suis heureuse de vous présenter le *Rapport ministériel sur le rendement de 2014-2015* de l'Office national du film. Je vous invite à le parcourir afin de mieux connaître les réalisations de l'ONF et le travail que cet organisme a effectué afin de rendre la vie culturelle, sociale et économique de nos communautés toujours plus dynamique.

L'honorable Mélanie Joly

Message du Commissaire



L'année 2014-2015 marque le début de mon mandat de cinq ans à la direction de l'Office national du film du Canada : une année pour se projeter vers l'avenir et positionner l'ONF en tant qu'acteur de premier plan dans le paysage médiatique mondial, grâce à des choix stratégiques menant l'ensemble de l'institution vers cet objectif commun.

C'est dans cette optique que j'ai mené une réflexion, nourrie par des échanges avec le personnel de l'ONF et des spécialistes de l'industrie audiovisuelle, afin de définir les actions et priorités de l'organisation. Le plan d'action qui en a découlé a permis d'avoir une discussion continue de l'équipe de direction avec les membres du personnel, dans un esprit d'ouverture et de collaboration.

En premier lieu, ce plan préconise le maintien et le renforcement du leadership mondial de l'ONF, en misant sur son potentiel de création et d'innovation, et ce, à travers toutes les activités de l'organisation. Pour ce faire, nous avons créé à l'ONF un nouveau poste de directeur général, Création et innovation, dont le titulaire sera responsable d'établir une vision de programmation à long terme qui assurera notre position de joueur clé dans le monde de l'audiovisuel au Canada et à l'international.

Nous nous sommes aussi engagés à placer les auditoires au cœur de nos actions et à poursuivre le développement de nos plateformes numériques. Depuis ses débuts, l'ONF entretient une relation riche et continue avec ses auditoires, mais doit redoubler d'efforts pour accroître sa présence dans les différentes communautés, auprès du grand public et des milieux créatifs : une nécessité pour arriver à représenter tous les Canadiens et les Canadiennes, et témoigner de chaque région du pays. De plus, des changements structurels ont été mis en place dans l'organisation et nous permettent non seulement de mieux répondre aux défis découlant de ce plan d'action, mais aussi de miser sur une structure souple et dynamique qui favorise notre capacité collective de créer et de se démarquer. Par exemple, avec un comité de direction passé de huit à cinq membres, nous voulons miser sur une meilleure synergie entre les différentes équipes.

C'est dans cet esprit que nous avons entrepris, dès le début de l'année, un examen approfondi de la gouvernance du conseil d'administration de l'ONF. L'objectif était notamment d'assurer un meilleur équilibre des pouvoirs et de renforcer les rôles de surveillance et de conseil du C. A. En parallèle, le comité de direction a, quant à lui, entamé un exercice de réflexion sur sa propre gouvernance pour faire en sorte que le commissaire et le comité de direction se concentrent sur les dossiers stratégiques de manière plus efficace.

Au cours de l'année 2014-2015, les cinéastes, animateurs et producteurs de l'ONF ont réalisé 61 œuvres originales. Chevronnés ou de la relève, issus des diverses régions, communautés culturelles et linguistiques du pays, ces artistes et artisans ont créé des œuvres d'exception. Ce sont aussi dix sites Web, cinq installations et trois applications qui ont renforcé la position de l'ONF en tant que chef de file dans le domaine des médias numériques et de l'innovation en cinéma. Les productions de l'ONF ont été saluées cette année tant au pays qu'à l'étranger, raflant 96 prix, et ont été vues dans les plus importants festivals nationaux et internationaux. L'ONF a également reçu sa 73e nomination aux Oscars pour le court métrage d'animation *Ma Moulton et moi* de Torill Kove (Mikrofilm AS/ONF).

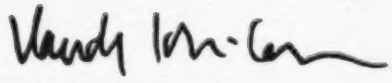
L'Espace de visionnage en ligne ONF.ca a également été renouvelé dans le but d'en faire la destination canadienne où trouver les meilleurs films et documentaires d'auteur. ONF.ca s'est ainsi enrichi de deux chaînes de vidéos sur demande (VSD) : les meilleurs films de fiction indépendants et documentaires au monde diffusés par le Cinéma Excentris, et de remarquables films indépendants canadiens présentés dans le cadre du nouveau projet Canada Screens du First Weekend Club. Depuis son lancement en 2009, ONF.ca a connu un succès fulgurant. Plus de 3000 films y sont offerts gratuitement en ce moment, et les productions de l'ONF ont été visionnées plus de 68 millions de fois par le truchement de notre Espace de visionnage en ligne, de nos applications pour ordiphones, tablettes et télévision connectée ainsi que des plateformes de nos partenaires internationaux.

Événement marquant de l'année : la confirmation du déménagement du siège social de l'ONF au centre-ville de Montréal, dans le Quartier des spectacles. Il s'agit bien plus que d'un déménagement d'un bureau vers un autre, mais d'une relocalisation au cœur de la vie culturelle de la ville, un lieu propice aux échanges autant avec le public qu'avec l'industrie et les créateurs non seulement à Montréal, mais à travers le pays et dans le monde. Ces nouvelles installations s'inscrivent dans notre volonté d'établir un centre mondial voué à l'innovation et à l'excellence dans les formes audiovisuelles originales.

L'année a aussi été marquée par les festivités entourant le 75e anniversaire de la fondation de l'ONF. Durant cette année anniversaire, l'ONF a organisé des activités et des rencontres avec les Canadiens et les Canadiennes à travers le pays, leur faisant vivre ou revivre des expériences enrichissantes à partir d'œuvres marquantes qui façonnent aussi bien notre passé que notre présent. Postes Canada a d'ailleurs rendu hommage à l'ONF en émettant un jeu de cinq timbres commémoratifs à l'effigie de cinq de ses films les plus applaudis. Cette collection de timbres célébrant l'héritage et l'esprit de créativité de l'ONF s'est écoulée à 2,5 millions d'exemplaires.

Durant ses 75 ans d'existence, l'ONF a joué un rôle majeur en soulignant les moments clés de la vie de la nation et de sa population. Ce fut l'occasion de marquer cette année le centenaire de la naissance du fondateur du studio d'animation de l'ONF, Norman McLaren. Le remarquable héritage de ce maître de l'animation a été exploré sous différentes formes dans le cadre d'événements tenus au pays, en France et en Écosse, lieu de naissance de McLaren, par l'ONF ou ses partenaires. L'année 2014 en fut aussi une de commémoration de la Première Guerre mondiale et du débarquement de Normandie, qui ont été soulignés notamment par des activités et des projections. Ces commémorations sont des jalons d'importance dans l'histoire canadienne, qui nous mèneront en 2017, l'année du 150e anniversaire du Canada.

En conclusion, les décisions qui ont été prises à l'ONF dans la dernière année nous assurent une stabilité financière pour les cinq prochaines années et nous permettent de consacrer nos ressources principalement à la création d'œuvres et à assurer leur accessibilité au public canadien. Notre industrie est en pleine transformation et notre succès repose sur notre capacité à nous adapter et à évoluer. L'ONF demeure un lieu d'innovation, d'adaptation et de métamorphose : un lieu de création.



Claude Joli-Coeur
Commissaire du gouvernement à la cinématographie et
Président de l'Office national du film du Canada

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation

Profil de l'organisation

Ministre de tutelle : L'honorable Mélanie Joly, C.P., députée

Premier dirigeant : Claude Joli-Coeur, Commissaire du gouvernement à la cinématographie

Portefeuille ministériel : Ministère du Patrimoine canadien

Instruments habilitants : *Loi sur le cinéma,* L.R.C. (1985), ch. N-8

Année d'incorporation ou de création : 1939

Autre : Le conseil d'administration de l'Office national du film est composé actuellement de sept membres, soit le commissaire du gouvernement à la cinématographie qui agit à titre de président, le directeur général de Téléfilm Canada et cinq autres membres nommés par le gouverneur en conseil. À l'exception du commissaire et du directeur général de Téléfilm Canada, les membres du conseil exercent leur charge pendant trois ans. Le rôle du conseil est principalement de définir les orientations générales de l'ONF et d'approuver ses budgets et ses plans stratégiques.

Contexte organisationnel

Raison d'être

L'Office national du film (ONF) a été créé par une loi du Parlement fédéral en 1939 et rend compte au Parlement canadien par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles. L'ONF a pour mandat de produire et distribuer des œuvres originales et innovatrices lesquelles font mieux comprendre les enjeux auxquels doit faire face la population canadienne et qui font connaître les valeurs et les points de vue canadiens au pays et dans le monde. Au fil des décennies, il est devenu la norme en matière d'innovation audiovisuelle au Canada et joue un rôle important en soulignant les changements et les événements marquants de la société canadienne.

En tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles, l'ONF joue un rôle essentiel, en offrant une perspective de la richesse et de la diversité canadienne. C'est à travers des documentaires d'auteur, des films d'animation et des nouveaux médias qu'il explore les enjeux sociaux contemporains. Depuis sa fondation, l'ONF témoigne des bouleversements et des grands événements sociaux qui transforment le visage du pays.

Responsabilités

À titre de producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles du Canada, l'ONF documente l'histoire et la culture du pays pour les auditoires d'ici et de l'étranger. Au cours des 75 dernières années, l'ONF a produit plus de 13 000 œuvres, remporté au-delà de 5 000 prix, inspiré et influencé des générations de cinéastes au Canada et partout sur la planète. Ses productions audiovisuelles donnent un aperçu particulier de la diversité et de la vitalité de notre culture et constituent un élément essentiel de notre patrimoine national.

L'ONF est régi par la *Loi sur le cinéma* [i] et par diverses autres lois, notamment la *Loi sur la gestion des finances publiques* [ii] (qui définit la structure et les méthodes d'administration financière en vigueur au sein du gouvernement), *la Loi sur l'accès à l'information* [iii], la *Loi sur la protection des renseignements personnels* [iv], la *Loi sur les langues officielles* [v] ainsi que la *Loi sur le multiculturalisme canadien* [vi].

En tant que producteur, l'ONF remplit ses responsabilités en investissant constamment de nouveaux champs de création, que ce soit en documentaire, en animation d'auteur ou en production interactive. Il met à profit les possibilités artistiques et technologiques qui se présentent dans le paysage médiatique en plus de collaborer avec des cinéastes établis et de la relève, des créateurs multimédias et des coproducteurs de toutes les régions du pays, diverses communautés ethnoculturelles et autochtones, et des partenaires du monde entier. La créativité et la pertinence sociale sont au cœur de ses productions.

L'ONF assume son rôle de distributeur en faisant en sorte que les auditoires d'ici et d'ailleurs aient accès à son contenu canadien et soient en mesure d'interagir avec ce contenu sur une variété de plateformes de distribution traditionnelles et virtuelles. Il s'acquitte de cette responsabilité par le biais des activités suivantes :

- la conservation et la préservation de sa collection cinématographique d'intérêt patrimonial;
- la distribution et la diffusion de ses œuvres sur le marché des consommateurs;
- la distribution et la mise en valeur de ses œuvres sur les marchés éducatifs canadiens et internationaux et les marchés institutionnels :
- la mise en valeur de ses œuvres auprès de l'industrie nationale et internationale.

Les nouvelles productions de l'ONF ainsi que sa vaste collection de films – la mémoire collective de la nation – sont accessibles aux Canadiens et Canadiennes, dans chaque province et territoire.

Résultats stratégiques et architecture d'alignement des programmes

1. Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

1.1 Programme : Production audiovisuelle

1.2 Programme : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

1.2.1 Sous-programme : Conservation et préservation

1.2.2 Sous-programme : Accès des consommateurs et interaction

1.2.3 Sous-programme : Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction

1.2.4 Sous-programme : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Services internes

Priorités organisationnelles

Priorité	Type[1]	Résultat stratégique et programmes
Laboratoire créatif en programmation	Déjà établie	1. Résultat stratégique Programme 1.1: Production audiovisuelle
Sommaire des progrès		

- Au cours de l'année 2014-2015, l'ONF a terminé 61 productions originales et coproductions et 3 applications pour les tablettes. En outre, l'organisation a lancé 10 sites Web interactifs et 5 installations qui proposent en tout, 29 films.
- L'ONF a reçu au cours de l'année 96 prix dont 49 canadiens et 47 internationaux. Parmi les prix remportés, 29% sont considérés comme de prestigieux honneurs.
- 25% des œuvres terminées au cours de l'année ont été créées par des cinéastes de la relève.
- Ce sont 45% des œuvres achevées qui ont été créées par des cinéastes issus de diverses communautés ethnoculturelles, régionales, linguistiques et autochtones.
- Les cinéastes des communautés de langue officielle en situation minoritaire (les anglophones au Québec et les francophones à travers le Canada) ont signé 19 productions originales et 4 films destinés au Web.
- Au cours de l'année, l'ONF a souligné de nombreux événements d'importance avec des œuvres créées pour l'occasion : 4 films et 4 œuvres interactives dans le cadre de l'événement *McLaren Mur à mur;* le court-métrage d'animation *54 Hours* pour souligner le centenaire de la tragédie du bateau *SS Newfoundland;* et le lancement du site *61 portraits vivants – Une histoire de cinéma* dans le cadre des festivités du 75e anniversaire de l'ONF.

[1] Les différents types de priorités sont les suivants : priorité déjà établie – établie au cours du premier ou du deuxième exercice précédant l'exercice visé dans le rapport; priorité permanente – établie au moins trois exercices avant l'exercice visé dans le rapport; priorité nouvelle – établie au cours de l'exercice visé dans le RPP ou le RMR.

Priorité	Type	Résultat stratégique et programmes
Laboratoire créatif en technologie	Déjà établie	1. Résultat stratégique Programme 1.1: Production audiovisuelle Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Sommaire des progrès

- Le plan de numérisation a été accéléré au cours de la dernière année. Au 31 mars 2015, ce sont 4750 titres de la collection active de l'ONF qui ont été numérisés représentant 63 % de la collection et 6195 titres sont à présent assortis d'un fichier pivot, soit 79 % de la collection.
- La première phase d'implantation du MAM (système de gestion des contenus multimédias) s'est fait au cours de l'année 2014-2015 et a permis une gestion plus efficace des actifs numériques de l'ONF.
- La dernière phase du plan de relocalisation des copies de sauvegarde des œuvres numérisées a été reportée à une prochaine année afin d'attendre d'avoir le minimum d'œuvres critique pour justifier un transfert.

Priorité	Type	Résultat stratégique et programmes
Élargir, joindre et engager les auditoires	Déjà établie	1. Résultat stratégique Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Sommaire des progrès

- En 2014-2015, les productions de l'ONF ont enregistré 45,2 millions de visionnages sur une variété de plateformes au Canada et à l'international.
- Une nouvelle version d'ONF.ca| NFB.ca a été mise en ligne au début avril 2015. Cette nouvelle version permet notamment de présenter une offre de films enrichie suite au partenariat avec Excentris et First Weekend Club, une fonction de recherche améliorée, ainsi qu'une apparence et une navigation améliorées.
- 335 films dans les deux langues officielles ont été ajoutés à l'Espace de visionnage ONF.ca| NFB.ca au cours de la dernière année, dont plusieurs films enrichissent les chaînes thématiques et les sélections explorant de nombreux enjeux et évènements historiques.
- Les fonctionnalités de la plateforme éducative CAMPUS ont été améliorées et permettent aux enseignants et aux étudiants de partager leurs sélections et leurs extraits de films.
- De nombreuses œuvres éducatives ont été acquises afin d'offrir en un seul lieu un grand choix d'outils pédagogiques sur une multitude de thèmes. De plus, la sélection de modules d'apprentissage a été bonifiée au cours de l'année.
- Une version de CAMPUS US a été lancée en septembre 2014 et l'ONF a entrepris des

démarches afin de trouver un ou des partenaires pour son implantation sur le marché américain.

- Les productions de l'ONF ont été sélectionnées à 442 occasions dans le cadre de festivals canadiens et internationaux.
- Tout au long de l'année, de nombreuses activités ont permis de souligner le 75e anniversaire de l'ONF tant au Canada qu'à l'international. De plus, l'ONF a collaboré à de nombreux événements au Canada et à 41 différents endroits au Royaume-Uni afin de commémorer le centenaire de naissance du cinéaste d'animation Norman McLaren.

Priorité	Type	Résultat stratégique et programmes
Excellence organisationnelle (processus, collaboration et communication)	Déjà établie	1. Résultat stratégique Programme 1.1: Production audiovisuelle Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire Services internes

Sommaire des progrès

- Le 25 septembre 2014, le gouvernement fédéral a annoncé la relocalisation du siège social de l'ONF au centre-ville de Montréal.
- Dans le cadre du plan de gestion de l'information, l'ONF a mis en place le MAM.
- L'ONF a fait l'objet d'une évaluation du CRG durant l'année 2014-2015. Des manquements ont été relevés en ce qui a trait la gestion de l'information. Suite à la réception des résultats du CRG, l'ONF entrepris de mettre en place de nouvelles procédures afin de se conformer à la Directive sur la tenue de documents
- Au cours de l'année 2014-2015, l'ONF a continué d'investir dans le développement des compétences de ses gestionnaires et a offert de nombreuses formations en leadership : communication mobilisatrice, performance optimale, élaboration d'objectifs SMART, gestion positive du changement.
- La poursuite de la mise en œuvre du plan de communication interne s'est faite notamment avec la tenue de groupes de discussion avec les employés des studios à travers le pays.
- L'ONF a développé un code organisationnel basé sur le code de valeurs et d'éthique du secteur public et a donné 19 ateliers de formation afin de former les employés de l'ONF.

Analyse des risques

Principaux risques

Risque	Stratégie d'atténuation du risque	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
1. Baisse significative des recettes de l'ONF	Mise en œuvre continue du Plan d'affaires : à cette stratégie d'atténuation prévue en 2014-15 se sont ajoutés un examen budgétaire et la refonte de la stratégie de la marque ONF.	Accessibilité et interaction avec l'auditoire
2. Controverse dans le contexte de productions ou des relations avec les partenaires de l'ONF	Refonte du processus d'analyse de risque des projets et des partenariats	Production audiovisuelle Accessibilité et interaction avec l'auditoire
3. Une décision n'a pas été prise sur l'emplacement futur de l'ONF	Mise en œuvre du projet de relocalisation (incl. Plan de financement du projet de relocalisation du quartier général)	Production audiovisuelle Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Baisse significative des recettes de l'ONF

Les risques externes auxquels l'ONF a fait face en 2014-2015 sont constants; ils découlent de son environnement d'affaires. L'industrie audiovisuelle demeure en pleine transformation et l'ONF est amené à s'adapter et à évoluer dans ce contexte. C'est donc de façon continue que l'institution doit mettre en œuvre des mesures visant à atténuer la réduction importante de ses revenus de distribution et de son budget annuel. Au printemps 2015, la haute direction de l'ONF a complété un exercice budgétaire rigoureux. Des économies internes ont été annoncées afin de répondre à ce risque et stabiliser la situation financière.

L'ONF mise aussi sur le développement d'affaires et de nouvelles avenues de financement pour répondre au risque de baisse de revenus. En parallèle, une étude approfondie de la stratégie de la marque « ONF » est devenue incontournable pour maximiser la visibilité de l'ONF et une étude de la marque a débuté cette année. Il s'agit d'une mesure d'atténuation visant à renforcer la marque et à permettre une meilleure reconnaissance de l'ONF dans les divers marchés.

Controverse dans le contexte de productions ou des relations avec les partenaires de l'ONF

Tel que mentionné dans le RPP 2014-2015, l'ONF gère couramment les risques de controverse en lien avec le choix éditorial et la sensibilité des sujets couverts dans ses productions ou les relations avec ses partenaires. Il le fait, par exemple, au moyen de l'analyse des risques de projets de films qui peut débuter aussitôt le projet approuvé. Ce processus d'analyse des risques est demeuré en vigueur tout au long de l'année; il a même été renforcé.

Confirmation du futur emplacement du siège social de l'ONF

Le 25 septembre 2014, le gouvernement a annoncé la relocalisation du siège social de l'ONF dans un tout nouvel édifice du centre-ville de Montréal. Le déménagement du bureau chef au cœur du Quartier des spectacles est prévu pour 2017. Il constitue une opportunité historique, pour l'ONF, de se rapprocher du grand public, de ses partenaires et ses diverses clientèles. La mise en œuvre du projet de relocalisation a ainsi permis de palier à des facteurs de risque tels que le manque de financement ou la difficulté à trouver des partenaires.

Dépenses réelles

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2014-2015	Dépenses prévues 2014-2015	Autorisations totales pouvant être utilisées 2014-2015	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues)
59 912 241	59 912 241	64 385 242	62 139 004	2 226 763

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (réel moins prévu) 2014-2015
384	390	6

Sommaire du rendement budgétaire pour les résultats stratégiques et les programmes (en dollars)

Résultats stratégiques, programmes et Services internes	Budget principal des dépenses 2014-2015	Dépenses prévues 2014-2015	Dépenses prévues 2015-2016	Dépenses prévues 2016-2017	Autorisations totales pouvant être utilisées 2014-2015	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2014-2015	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2013-2014	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2012-2013
Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.								
1.1 Production audiovisuelle	37 939 001	37 939 001	38 068 603	38 068 603	38 202 722	36 188 094	40 451 187	41 309 421
1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire	13 696 531	13 696 531	13 742 245	13 742 245	16 658 947	17 493 394	18 949 388	19 209 203
Total partiel	51 635 532	51 635 532	51 810 848	51 810 848	54 861 669	53 681 488	59 400 575	60 518 624
Services internes	7 876 709	7 876 709	7 841 529	7 791 129	9 523 573	8 457 516	7 186 528	7 644 722
Relocalisation du quartier général	400 000	400 000		2 000 000				
Total	59 912 241	59 912 241	59 652 377	61 601 977	64 385 242	62 139 004	66 587 103	68 163 346

Les dépenses prévues de 59,9 millions de dollars pour 2014-2015 incluent une première tranche du prêt pour la relocalisation du bureau principal de Montréal d'un montant de 400 000 dollars. Les autorisations totales de 64,4 millions de dollars comprennent le report de fonds de 2,7 millions de dollars de 2013-2014, le financement des indemnités de départ et congés parentaux ainsi que le paiement de transition pour la mise en œuvre des paiements de salaires en arrérages. Les dépenses réelles se situent à 62,1 millions de dollars permettant un report de fonds de 2,2 millions de dollars.

Les dépenses de production audiovisuelles sont inférieures au montant prévu du fait du cycle de production des œuvres qui est non-linéaire et se déroule sur plusieurs années. D'autre part, les efforts requis pour les projets stratégiques ont nécessité une plus grande attribution des ressources techniques à la distribution numérique.

L'augmentation des dépenses du programme Accessibilité et interaction avec l'auditoire est en grande partie attribuable aux investissements pour la transition de la plateforme de diffusion numérique vers le commerce électronique. Le lancement d'un nouveau catalogue de documentaires en location numérique pour les consommateurs canadiens aura lieu en 2015-2016. Les équipes des marchés éducatifs poursuivent le développement de l'offre CAMPUS afin d'accentuer sa présence sur le marché de l'éducation aux États-Unis. D'autre part, les équipes techniques mettent en œuvre l'implantation du nouveau système de gestion des médias permettant de mieux exploiter la collection de l'ONF.

L'augmentation des services internes est attribuable à l'initiative de réduction d'espace des bureaux d'Halifax et du quartier général situé à Montréal afin de générer des économies.

Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental

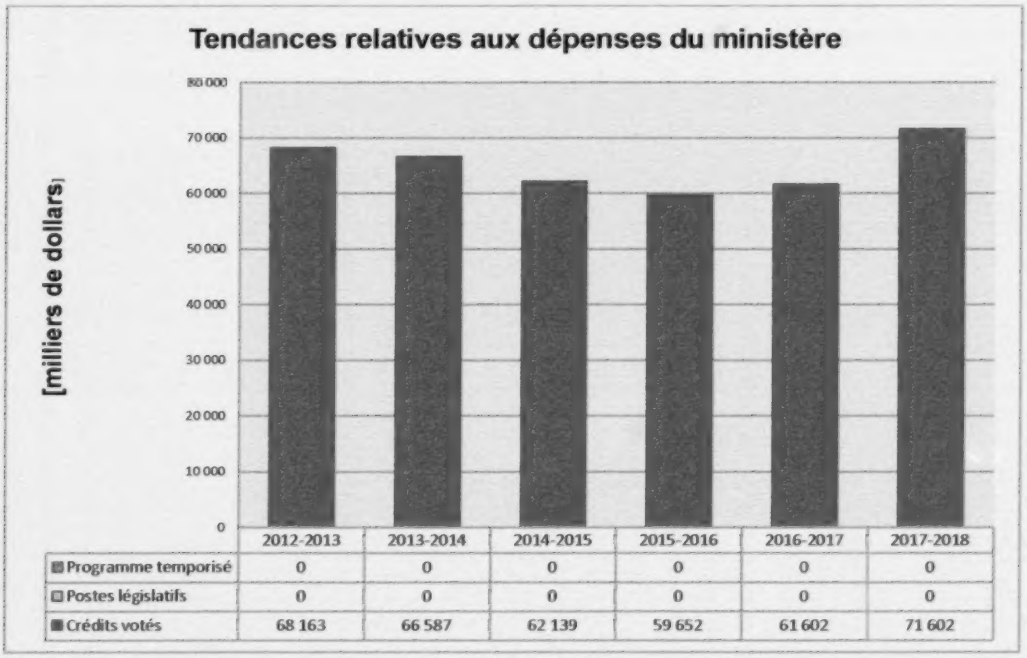
Harmonisation des dépenses réelles pour 2014-2015 avec le cadre pangouvernemental[vii] (en dollars)

Résultat stratégique	Programme	Secteur de dépenses	Résultat du gouvernement du Canada	Dépenses réelles 2014-2015
1. Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.	1.1 Production audiovisuelle	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	36 188 094
	1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	17 493 394

Total des dépenses par secteur de dépenses (en dollars)

Secteur de dépenses	Total des dépenses prévues	Total des dépenses réelles
Affaires économiques		
Affaires sociales	51 635 532	53 681 488
Affaires internationales		
Affaires gouvernementales		

Tendances relatives aux dépenses du ministère



	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Programme temporisé	0	0	0	0	0	0
Postes législatifs	0	0	0	0	0	0
Crédits votés	68 163	66 587	62 139	59 652	61 602	71 602

Depuis 2012-2013, l'ONF a connu une réduction de ses dépenses résultant de sa participation au plan d'action de réduction du déficit. À compter de 2014-2015, les dépenses reflètent la réduction permanente de 10 % pour un montant total de 6,7 millions de dollars.

De 2014-2015 à 2016-2017, l'ONF s'est vu attribué des fonds pour le financement temporaire du projet de relocalisation de son quartier général. Les fonds de 400 000 $ reçus en 2014-2015 sont reportés à l'année 2015-2016. Le projet ayant franchi toutes les étapes d'approbation, les travaux de mise en œuvre ont démarré au printemps 2015.

Dépenses par crédit voté

Pour obtenir des renseignements au sujet des dépenses votées et des dépenses législatives de l'Office national du film, veuillez consulter les *Comptes publics du Canada 2015* [viii] sur le site Web de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada [ix].

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique

Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

Mesure du rendement

Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Pourcentage de la population canadienne ayant indiqué que les productions de l'ONF reflètent les histoires ou les perspectives canadiennes.	75 % d'ici le 31 mars 2015	83%[2]
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres audiovisuelles explorant la diversité canadienne.	75 % d'ici le 31 mars 2015	65%
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres achevées explorant les enjeux sociaux pertinents.	75 % d'ici le 31 mars 2015	77%
Nombre de titres offerts dans ONF.ca / NFB.ca	2500 d'ici le 31 mars 2015	2994 titres

[2] Ces résultats proviennent d'un sondage d'opinion pancanadien qui est effectué par une firme de sondage externe. Le dernier sondage d'opinion a été réalisé en avril 2014, dont les résultats ont été utilisés pour le rapport de 2013-2014, ainsi que pour le rapport 2014-2015. Les cibles ont été établies en 2012 pour ces indicateurs.

Programme 1.1 : Production audiovisuelle

Description

Ce programme contribue à donner aux Canadiens une meilleure compréhension des enjeux auxquels est confronté leur pays et fait connaître les points de vue canadiens aux autres nations.

À titre de producteur du secteur public, l'ONF produit des œuvres audiovisuelles originales qui reflètent les diverses perspectives canadiennes – culturelles, régionales et autochtones, entre autres – et qui émanent des divers créateurs et communautés composant le pays. Cette activité de programme intervient dans des domaines où le secteur privé est absent et donne aux créateurs la possibilité d'explorer les avancées artistiques et technologiques en matière de forme et de contenu. Elle assure également la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et de la créativité au sein des communautés de cinéastes et des autres communautés de créateurs. La programmation de l'ONF est nécessaire pour assurer aux Canadiens l'accès à diverses voix et à divers contenus dans les deux langues officielles. Elle fait la promotion de la culture et des valeurs canadiennes dans le cadre d'événements à caractère historique ou culturel de portée nationale. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, l'ONF s'impose comme chef de file dans la création de contenu numérique innovateur, dans les deux langues officielles. Les activités de production englobent la conceptualisation, la recherche, le développement et la production de documentaires, de films d'animation, de contenu nouveau média et d'autres formes émergentes.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2014-2015	Dépenses prévues 2014-2015	Autorisations totales pouvant être utilisées 2014-2015	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
37 939 001	37 939 001	38 202 722	36 188 094	-1 750 907 [3]

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
233	194	-39 [4]

[3] Les dépenses de production audiovisuelles sont inférieures au montant prévu du fait du cycle de production des œuvres qui est non-linéaire et se déroule sur plusieurs années. D'autre part, les efforts requis pour les projets stratégiques ont nécessité une plus grande attribution des ressources techniques à la distribution numérique.

Résultats du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont innovatrices.	Pourcentage du public canadien percevant l'ONF comme une institution innovatrice et créatrice.	65 % innovatrice 75 % créatrice d'ici le 31 mars 2015	70 % innovatrice [5] 81 % créatrice
	Pourcentage de prix et d'hommages prestigieux par rapport au nombre total de prix remportés dans les festivals canadiens et internationaux (prix liés à l'innovation, à l'excellence créatrice, prix du Canada pour la diversité, etc.).	20 % d'ici le 31 mars 2015	29 %
Les créateurs canadiens établis et de la relève qui travaillent avec l'ONF représentent la diversité canadienne.	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes de la relève[6].	30 % d'ici le 31 mars 2015	25 %
	Nombre de cinéastes de la relève qui font un film à l'ONF ou qui participent à un programme favorisant l'épanouissement des talents, y compris les concours.	120 cinéastes d'ici le 31 mars 2015	175
	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes issus des diverses communautés ethnoculturelles, régionales et linguistiques, par des cinéastes autochtones et par des cinéastes handicapés.	55 % d'ici le 31 mars 2015	45 % [7]

[4] L'écart s'explique par une reclassification des employés vers le programme Accessibilité et interaction avec l'auditoire pour l'implantation d'un système de gestion des médias (MAM) et la refonte de l'espace de visionnage en ligne ONF.ca | NFB.ca.

[5] Ces résultats proviennent d'un sondage d'opinion pancanadien effectué par une firme de sondage externe. Le dernier sondage d'opinion a été réalisé en avril 2014 et les résultats du sondage ont été utilisés pour le rapport de 2013-2014 ainsi que pour le rapport 2014-2015. Les cibles ont été établies en 2012 pour cet indicateur.

[6] Un cinéaste est considéré comme faisant partie de la relève lorsqu'il réalise son 1er, 2e ou 3e film.

[7] L'écart entre la cible et les résultats obtenus s'explique principalement par le fait que les données de cet indicateur proviennent des formulaires d'auto-identification des réalisateurs qui sont remplis de manière volontaire, et que ces données étaient manquantes pour un certain nombre de productions en 2014-2015.

L'ONF participe à des événements de portée historique et culturelle faisant la promotion de la culture et des valeurs canadiennes.	Nombre de productions réalisées pour des projets nationaux et internationaux d'envergure.	13 productions d'ici le 31 mars 2015	16

Analyse du rendement et leçons retenues

Au cours de la dernière année, ce sont deux directrices générales intérimaires au Programme français et au Programme anglais qui ont assuré la mise en œuvre du plan stratégique de l'ONF et déterminé les grandes lignes d'une stratégie de programmation en documentaire, en animation et en production interactive.

À la suite des annonces du 12 mars 2015, le poste de directrice exécutive du Programme anglais a été confirmé. Aussi, un nouveau poste de directeur général Création et innovation a été créé avec le mandat de repositionner la structure actuelle des Programmes français et anglais. Ce poste sera comblé au cours de l'année 2015-2016 tout comme la nomination du futur directeur exécutif ou de la future directrice exécutive au Programme français. Ces nouveaux changements ont pour objectif non seulement de positionner l'ONF en tant que joueur clé dans l'arène internationale, mais également de favoriser la synergie entre les deux programmes.

Programmation

En 2014-2015, l'ONF a achevé la production de 61 œuvres originales et coproductions. Parmi elles, on retrouvait 37 documentaires, 17 films d'animation, 2 films expérimentaux et 5 fictions. L'ONF a aussi créé 44 films en appui à 10 productions Web originales et 5 installations. On compte également la production de trois applications pour tablettes.

Prix et distinctions

En 2014-2015, l'ONF s'est vu décerner 96 prix et hommages dans une variété de festivals canadiens et étrangers. 29% de ces prix sont considérées comme des distinctions prestigieuses.

Les artistes de l'ONF sont reconnus au Canada et dans le monde pour leur travail de pionniers. En outre, mentionnons le court métrage d'animation *Me and My Moulton* (*Mon Moulton et moi*) de Torill Kove, qui a obtenu une nomination dans la catégorie Meilleur court métrage (animation) aux Oscars, donnant à l'ONF sa 73^{e} nomination depuis sa fondation.

Jutra, un documentaire de Marie-Josée Saint-Pierre qui signe un portrait du réalisateur Claude Jutra, en assemblant avec ingéniosité archives et séquences animées, a aussi été sélectionnée par la Quinzaine des réalisateurs du Festival de Cannes.

Projets d'envergure

L'année 2014-2015 fut une année particulièrement riche en projets d'envergure. En effet, elle a été marqué par le lancement d'œuvres documentaires d'importance, traitant de sujets très variés, tels que *Ouïghours, prisonniers de l'absurde* de Patricio Henríquez, Ce film est sorti en salle en février 2015 après avoir été présenté en première mondiale au 43e Festival du nouveau cinéma et acclamé à sa projection en compétition au Festival international du film documentaire d'Amsterdam (IDFA). Notons aussi *Le profil Amina* de Sophie Deraspe (Esperamos/ONF), présenté en première mondiale au prestigieux festival de Sundance, un documentaire dont la trame de fond est une histoire d'amour à laquelle se superpose une enquête internationale, puis un dérapage médiatique sans précédent. Mentionnons aussi le long métrage documentaire de John Kastner, *Out of Sight, Out of Mind*, qui enrichit la série d'œuvres récemment produites par l'ONF dans le domaine de la santé mentale et qui a remporté le prix du meilleur long métrage documentaire canadien aux Hot Docs.

Lancé en 2014-2015, le long métrage documentaire du Studio de la francophonie canadienne, *Les héritiers du club,* de Renée Blanchar, tourné à Saint-Anne-du-Bocage au Nouveau-Brunswick, a été montré en première mondiale au Festival international du cinéma francophone en Acadie et a fait partie de la programmation de l'édition des Rendez-vous de la Francophonie 2015. Toujours du Studio de la francophonie, le projet *Histoires Francophones*, une série documentaire qui brosse un portrait d'ensemble des droits linguistiques au pays a été en production au cours de l'année et sa sortie est prévue à l'automne 2015.

Deux projets d'importance majeure sont toujours en cours, notamment le film *The Ninth Floor* de la réalisatrice vancouvéroise Mina Shum, dont la postproduction a été complétée au cours de l'année et la sortie officielle est prévue pour l'automne 2015 ainsi que le projet *Wall* dont le lancement est prévu à l'hiver 2016.

Encore cette année, les œuvres interactives de l'ONF ont démontré le travail de pionnier qu'accomplit l'ONF en repoussant les limites de la création avec la sortie de *Circa 1948* créée en collaboration avec l'artiste de renommée internationale Stan Douglas. Cette fiction immersive novatrice présentée en grande première au volet Storyscapes du Festival du film de Tribeca à New -York a été lancé sous trois formats interactifs : une application d'art 3D pour l'iPad et l'iPhone, un essai photographique en ligne et une installation. Notons aussi l'expérience interactive *Jusqu'ici* de Vincent Morisset produite par l'ONF en collaboration avec France Télévision Nouvelles Écritures et présentée en première mondiale au Festival du film de Sundance et en réalité virtuelle au cinéma Excentris.

Résultat d'une collaboration avec le journal britannique *The Guardian,* l'œuvre interactive *Seven Digital Deadly Sins* explore la zone grise de la moralité à l'ère numérique au moyen de 7 courts métrages — mettant en vedette des artistes connus ainsi que des personnalités des médias — et de 21 récits écrits à la première personne par un large éventail de collaborateurs. L'œuvre a été lancée en juin 2014 sur NFB.ca, theguardian.com et est rapidement devenue la production interactive de l'ONF la plus populaire de 2014.

Des œuvres d'animation très attendues ont aussi été lancées au cours de l'année, telles que *Me and My Moulton* (*Ma Moulton et moi*), de Torill Kove qui a reçu le prix du meilleur court métrage d'animation aux prix Écrans canadiens, pour ne nommer que celui-ci. *Weatherman and the Shadow Boxer*, de Randall Lloyd Okita, a remporté le prix du meilleur court métrage canadien au Festival international du film de Toronto.

Événements d'importance

Dans le cadre du 100e anniversaire de naissance du cinéaste Norman McLaren, l'ONF, en partenariat avec le Quartier des spectacles, a invité huit artistes à créer des œuvres inspirées des classiques du pionnier de l'animation, lesquelles ont été projetées sur huit façades du centre-ville de Montréal (McLaren Mur à mur). À la suite de l'appel de projets international, l'ONF a reçu 93 œuvres parmi lesquelles 4 lauréats ont été sélectionnés : Christo Guelov (Espagne) avec *Color.rythmetic*, Léna Babadjan (France) avec *Coexistence*, Delphine Burrus (France) avec *Dix anagrammes autour de Norman McLaren* et Mirai Mizue (Japon) avec *The Baby Birds of Norman McLaren*. De plus, trois œuvres interactives ont été commandées à des artistes montréalais (*Phonophotopia* de Kid Koala – Hololabs; *McLarena* de Daily tous les jours; *Diagonales* de Théodore Ushev - Iregular), alors que *Panorama* d'Alexis Laurence et Francis Laporte a permis de revisiter en son et en image des extraits de neuf œuvres phares de Norman McLaren. Le succès remporté par ces projections architecturales dans le cadre de l'événement McLaren mur à mur a incité l'ONF a sélectionné quatre œuvres internationales supplémentaires et à les diffuser durant le Festival du nouveau cinéma du 8 au 19 octobre 2014 à Montréal.

Pour une septième année consécutive, l'ONF a réuni des cinéastes canadiens de renom, tels que Philippe Baylaucq, Millefiore Clarkes, Tim Southam, Marie Clements, Michel La Veaux, Deco Dawson et Hubert Davis, ainsi que des producteurs de l'ONF, pour contribuer au Gala des Prix du Gouverneur général pour les arts du spectacle (PGGAS). La création de huit courts métrages de prestige célébrant les réalisations des Canadiens d'exception œuvrant dans ce domaine ont permis à l'ONF de produire jusqu'à aujourd'hui 56 courts métrages pour les PGGAS, en comptant la cuvée de cette année.

Notons aussi le court métrage d'animation *54 Hours* qui souligne le centenaire de la tragédie du bateau *SS Newfoundland* survenue en 1914 alors que 132 chasseurs de phoque avaient été abandonnés sur les glaces pendant 54 heures en pleine tempête de neige. Réalisé à Terre-Neuve-et-Labrador, le film recourt à une innovante combinaison de techniques d'animation pour faire revivre de façon inédite la terrible expérience de ces hommes.

À l'occasion du 75e anniversaire de l'institution, l'ONF a lancé *61 portraits vivants – Une histoire de cinéma*, un projet Web qui regroupe 61 portraits de créateurs et créatrices du cinéma canadien, qui ont écrit l'histoire de l'ONF depuis ses débuts en 1939 jusqu'au milieu des années 1960. Réalisés par Denys Desjardins et Joanne Robertson, les portraits sont présentés en 13 catégories thématiques, combinant des entrevues et des extraits de classiques de l'ONF.

Programmation éducative ONF

En ce qui a trait à la production destinée au secteur de l'éducation, l'ONF a entrepris la deuxième phase de l'École spatiale ONF en partenariat avec l'Agence spatiale canadienne, en produisant une série de courts métrages pour sa plateforme éducative CAMPUS, destinés au personnel enseignant de 6e année afin de transmettre des connaissances scientifiques de façon ludique au moyen de l'exploration spatiale. Les modules qui seront lancés à l'automne 2015 portent notamment sur l'astrogéologie et la santé. Aussi, en partenariat avec l'Université de Dalhousie, une première phase de développement d'un projet éducatif sur les océans, destiné aux élèves de la 6e à la 9e, a été complétée. L'ONF évalue actuellement la possibilité de poursuivre le projet.

Voix autochtones

Depuis ses tout débuts, l'ONF produit des œuvres audiovisuelles témoignant de la vie, des expériences et des perspectives des communautés autochtones du Canada. Au cours de l'année, la réputée cinéaste Alanis Obomsawin a lancé *Trick or Treaty? (Ruse ou traité)*, un long métrage documentaire qui suit le parcours de chefs autochtones en quête de justice, en retraçant l'histoire de leurs ancêtres depuis la signature du Traité no 9. L'œuvre *Trick or Treaty?* a été présentée en première au Festival international du film de Toronto (TIFF) ainsi qu'au ImagineNATIVE Film Festival où le film a remporté le prix du public. Afin de poursuivre le dialogue crucial avec les communautés autochtones partout au pays, Alanis Obomsawin a poursuivi son travail de rayonnement en montrant son film dans plusieurs communautés nordiques ou encore en marge d'importantes activités de l'industrie. Par ailleurs, au cours de l'année, la cinéaste a entamé la production de deux films qui seront le dernier volet d'une série sur les droits des enfants : *Children's Court Case* et *Norway House*.

Le partenariat entre l'ONF et l'ImagineNATIVE Film + Festival Media Arts, a donné lieu à la production d'une troisième œuvre, soit l'installation interactive *Ice Fishing* (*Pêche sur la glace*) qui représentera le Canada à la Biennale de Venise en 2015. Ce partenariat permet aux artistes autochtones canadiens de réaliser un projet interactif innovant dans le domaine des médias numériques. Cette œuvre de l'artiste micmac Jordan Bennett allie animation sonore et visuelle et photographies, le tout nous fait vivre une expérience documentaire unique à la pêche sur la glace pratiquée dans le Terre-Neuve rural.

C'est en association avec le National Screen Institute (NSI) que l'ONF, par l'entremise de son programme FAP, apporte son soutien aux cinéastes autochtones de la relève inscrits au cours de documentaire autochtone du NSI (NSI Aboriginal Documentary course) offert en 2014 et 2015. Les cinéastes inscrits ont fait un séjour au bureau central de l'ONF, à Montréal, où des professionnels les ont guidés dans les divers processus de postproduction.

Enfin, mentionnons que le court métrage *Le chemin rouge* de Thérèse d'Ottawa, produit dans le cadre du concours Tremplin NIKANIK destiné aux cinéastes francophones des Premières Nations du Québec en partenariat avec le Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN), a été complété.

Encadrement des talents et développement professionnel

L'ONF continue de jouer un rôle de premier plan en ce qui a trait à la découverte, au perfectionnement et à l'encadrement des talents et de la créativité auprès des artistes et artisans établis et de la relève. Au cours de l'année 2014-2015, ce sont près de 25 % des œuvres audiovisuelles qui ont été achevées et signées par des cinéastes de la relève, soit une proportion quelque peu en-deçà de l'objectif prévu dû principalement de production des œuvres.

L'ONF et son programme ACIC en collaboration avec le Conseil des arts de Montréal et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), ont lancé en août 2014 « Regard sur Montréal », la première résidence à Montréal destinée aux cinéastes émergents issus de la diversité culturelle. Le lauréat de la toute première édition a été dévoilé en décembre et amorcera sa résidence à l'ONF pour la scénarisation, la formation, la réalisation, la postproduction et la diffusion d'un court métrage, et ce, pour une période de onze mois.

Destiné aux créateurs et créatrices de la relève de partout au pays, le programme d'apprentissage Hothouse a souligné son 10^{e} anniversaire en 2014-2015. C'est en partenariat avec l'Institut du film mexicain que Hothouse a réuni six cinéastes canadiens et deux cinéastes mexicains, lesquels ont créé chacun un film de une minute, et ce, sous les précieux conseils de Chris Landreth, mentor et lauréat d'un Oscar, ainsi que d'experts de l'ONF dans le domaine de la production. Ce stage d'une durée de 12 semaines offre aux jeunes cinéastes de la relève la possibilité de trouver leur voix et de progresser dans leur carrière.

Au cours de l'année deux ateliers intensifs sur le processus de production interactive ont été offerts aux membres de l'Alliance des producteurs francophones du Canada ainsi qu'aux membres du personnel de France Télévisions et d'ARTE. Pour terminer, le Studio de la francophonie canadienne a dévoilé les quatre lauréats du concours Tremplin 2014 : Stéphanie David (Nouveau-Brunswick), Francine Hébert (Nouveau-Brunswick), Katia Café-Fébrissy (Ontario) et Marie Ka (Colombie-Britannique). Ces lauréates choisies parmi douze finalistes provenant des quatre coins de la francophonie canadienne ont pu réaliser un court métrage documentaire d'une vingtaine de minutes dans des conditions professionnelles et le faire ensuite diffuser sur les ondes d'Ici Radio-Canada, partenaire officiel du concours.

Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Description

Ce programme fait en sorte que les auditoires canadiens et du reste du monde peuvent accéder à du contenu canadien innovateur reflétant les histoires et les perspectives canadiennes, le regarder, en discuter et interagir avec celui-ci. Alors que la consommation médiatique migre vers Internet, le contenu canadien doit être rendu disponible sur tous les supports numériques et mobiles.

Les mécanismes utilisés comprennent la distribution, le marketing et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié, d'un fonds d'archives bien établi et du développement de marchés diversifiés (salles, télévision, consommateur et institutionnel, etc.), par le truchement d'Internet et des canaux traditionnels, au Canada et à l'étranger. Grâce à ces activités, l'ONF rend ses œuvres largement accessibles partout au Canada, notamment dans les communautés mal desservies et éloignées ainsi que dans les communautés autochtones et de langue officielle en situation minoritaire. Les activités de l'ONF liées à l'accessibilité et à l'interaction avec l'auditoire contribuent au dynamisme de la culture et du patrimoine canadiens.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2014-2015	Dépenses prévues 2014-2015	Autorisations totales pouvant être utilisées 2014-2015	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
13 696 531	13 696 531	16 658 947	17 493 394	3 796 863 [8]

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
99	144	45 [9]

[8] L'augmentation des dépenses du programme Accessibilité et interaction avec l'auditoire est en grande partie attribuable aux investissements pour la transition de la plateforme de diffusion numérique vers le commerce électronique.

[9] L'écart s'explique par une reclassification des employés du programme Production audiovisuelle vers le programme Accessibilité et interaction avec l'auditoire pour l'implantation d'un système de gestion des médias (MAM) et la refonte de l'espace de visionnage en ligne ONF.ca | NFB.ca.

Résultats du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les auditoires canadiens et internationaux visionnent les œuvres de l'ONF et interagissent avec celles-ci	Pourcentage de la population canadienne qui affirme avoir vu une production de l'ONF au cours de la dernière année.	30 % d'ici le 31 mars 2015	39 %
	Nombre total de visionnages d'œuvres de l'ONF.	35 millions d'ici le 31 mars 2015	45 425 173
	Nombre total d'utilisateurs par niveau d'interaction (visionnages d'utilisateurs enregistrés ou de clients)[10]	100 000 enregistrés et 12 000 clients d'ici le 31 mars 2015	425 512 enregistrés; 17 773 clients
	Total des revenus produits	5,2 millions d'ici le 31 mars 2015	3 432 494

Analyse du rendement et leçons retenues

Au cours de l'année 2014-2015, plusieurs changements ont été effectués afin de rencontrer les objectifs fixés dans le cadre du Plan stratégique de l'ONF. Une nouvelle division a été créée par la fusion des services de Marketing et de Communications avec ceux d'Accessibilité et entreprises numériques. La structure du secteur des marchés éducation et institutionnel a été revue afin de pouvoir atteindre les objectifs de revenus et de développement des auditoires.

En 2014-2015, le nombre de visionnages d'œuvres de l'ONF à l'échelle mondiale a atteint 45,4 millions, dépassant ainsi largement l'objectif de 35 millions. Ce chiffre représente une forte augmentation par rapport aux 35,4 millions de visionnages enregistrés l'année précédente. De plus, le nombre d'utilisateurs enregistrés qui interagissent avec l'ONF a presque doublé par rapport à l'an dernier, passant de 228 051 à 425 512 utilisateurs enregistrés. L'ONF a donc aussi dépassé ses objectifs quant à la mesure de l'interaction avec ses auditoires.

[10] Les utilisateurs enregistrés sont ceux qui n'ont pas recours aux services transactionnels de l'ONF, mais qui fournissent leurs coordonnées, s'inscrivent en tant qu'amis (via Facebook), s'abonnent aux infolettres ou aux chaînes de l'ONF, se créent un profil en ligne, etc. Les clients sont des particuliers ou des organisations qui utilisent les services transactionnels de l'ONF.

Auditoires canadiens

Dans l'ensemble, les visionnages enregistrés auprès des auditoires canadiens ont augmenté de plus de 20 % par rapport à l'an dernier, en atteignant plus de 33 millions pour l'année 2014-2015. Cette augmentation est principalement due à la hausse de 62 % des auditoires de la télévision canadienne, qui a atteint cette année 18,4 millions de visionnages. Ce secteur, qui représente le principal auditoire de l'ONF, est en croissance depuis les trois dernières années dû principalement à un changement de méthodologie de mesures des auditoires télévisuels, mais aussi par une augmentation du nombre d'œuvres de l'ONF diffusé. Notons aussi que les visionnages aux projections publiques ont connu une augmentation notable en atteignant le nombre de 922 347, une hausse de 124 % par rapport à 2013-2014.

Deux secteurs ont cependant enregistré une baisse d'auditoires en 2014-2015. Tout d'abord, les visionnages en ligne au Canada ont diminué de 9,5 % par rapport à l'année précédente, pour un total de plus de 4 millions de visionnages. Près des deux tiers de ceux-ci ont été enregistrés sur ONF.ca | NFB.ca, soit 2,5 millions. Toutefois, ce nombre a diminué de 21 % par rapport à 2013-2014, alors que les visionnages en ligne sur les sites partenaires sont en hausse de 37 % pour la même période.

Le second secteur à connaître une baisse en 2014-2015 est celui des auditoires éducatif et institutionnel. Ce secteur demeure important pour l'ONF en totalisant 10,2 millions, soit 30 % des visionnages canadiens totaux, mais il a diminué de 11 % par rapport à 2013-2014. C'est notamment pour renverser la tendance de décroissance de ces deux secteurs que l'ONF a entrepris les réorganisations citées plus haut et la refonte d'ONF.ca | NFB.ca.

La répartition des visionnages des auditoires canadiens selon les plateformes

Auditoires canadiens	2014-2015	2013-2014
Visionnages à la télévision	18 365 000	11 332 000
Visionnages institutionnels	10 162 748	11 469 703
Visionnages sur ONF.ca et NFB.ca	2 471 577	3 119 469
Visionnages de productions interactives sur ONF.ca et NFB.ca	103 689	256 489
Visionnages sur les sites partenaires (YouTube et Dailymotion)	1 405 105	1 023 823
Visionnages sur le marché de la vidéo consommateur	11 711	16 648
Participants et participantes à des ateliers	27 165	23 594
Visionnages par projections publiques[11]	922 347	412 285
TOTAL GLOBAL	**33 469 342**	**27 654 011**

[11] Inclus les visionnages en salle.

Auditoires étrangers

Les visionnages par les auditoires étrangers ont continué à croître en 2014-2015 : ceux-ci ont augmenté de 24 % cette année pour atteindre 10,2 millions, après avoir enregistré une augmentation de 35 % l'an dernier. Le moteur de cet essor est la forte croissance des visionnages sur les sites partenaires, qui ont atteint 7,4 millions, soit une augmentation de 36 % par rapport à 2013-2014. Notons que 2 millions des visionnages des auditoires étrangers ont été enregistrés sur ONF.ca | NFB.ca.

Revenus provenant des auditoires

Les revenus audiovisuels de l'ONF se sont stabilisés en 2014-2015, après avoir connu une décroissance marqués au cours des exercices précédents. Cependant, les revenus des différents secteurs ont fluctué, certains affichant une nette augmentation, alors que d'autres ont poursuivi leur déclin, tels que les revenus provenant de la télévision. L'analyse plus détaillée des revenus se trouve à la page 45.

Revenus provenant des auditoires canadiens et internationaux[12] selon les marchés

Marchés	2014-2015 (en dollars)	2013-2014 (en dollars)	% d'écart
Télévision et préventes	552 025	763 045	-28 %
Institutionnel et éducatif	1 628 611	1 441 845	+13 %
Consommateur	400 270	494 489	-19 %
Salles	59 093	50 157	+18 %
Plans d'archives	612 097	524 375	+17 %
Total	**3 252 096**	**3 273 911**	-1 %

[12] Ne comprend pas les revenus tirés des partenariats, ni ceux générés par les centres de l'ONF et autres sources diverses.

Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation

Description

Les productions de l'ONF, quelle que soit la source originale de l'œuvre, sont préservées et numérisées afin d'en assurer la pérennité et l'accessibilité aux Canadiens et Canadiennes, maintenant et à l'avenir. Cette activité réduit les risques de désuétude technologique, minimise les effets du temps sur les supports qui contiennent les œuvres, et garantit la sécurité physique de celles-ci. La préservation et la conservation nécessitent des outils et systèmes adéquats d'identification, de gestion, d'archivage et de restauration. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, il est impératif de mettre du contenu canadien innovateur et de haute qualité à la disposition de la population du pays. Sans activité concertée en matière de conservation et de préservation, ce patrimoine culturel est en péril.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2014-2015	Dépenses réelles 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
1 520 315	2 201 863	681 548 [13]

Ressources humaines (ETP)

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
11	10	-1

Résultats du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
La collection de l'ONF est préservée et conservée.	Nombre d'œuvres de la collection conservées sur deux supports physiques différents et localisées à deux endroits géographiques différents.	2 600 titres par année d'ici le 31 mars 2016	0
La collection de l'ONF est rendue accessible en format numérique pour les générations futures.	Nombre d'œuvres de la collection assorties d'un pivot	1 500 titres par année d'ici 31 mars 2016	1936 en 2014-15 (Cumulatif 6195)

[13] L'écart budgétaire s'explique par les investissements faits dans le projet MAM qui ont dépassés les prévisions.

Analyse du rendement et leçons retenues

La mise en œuvre du plan de numérisation des œuvres audiovisuelles de l'ONF a été accélérée au cours de l'année 2014-2015. Ainsi, au 31 mars 2015, 4750 titres [14] de la collection active de l'ONF ont été numérisés depuis 2009, soit 63 % de la collection. De plus, 6195 titres sont à présent assortis d'un fichier pivot, soit 79 % de la collection. [15] En accélérant ainsi le flux de numérisation de ses œuvres, l'ONF s'assure de compléter les objectifs de son plan avant le déménagement de son siège social, et s'assure ainsi de rendre sa collection active accessible à tous, et ce, pour les générations futures.

Cette accélération du flux de numérisation des œuvres a été rendue possible grâce à la mise en opération d'un second appareil pour la numérisation. Ainsi, 1481 titres ont été numérisés et 1932 titres ont été assortis d'un pivot en 2014-2015. La mise en fonction de cet appareil n'a nécessité qu'un investissement pour la recherche et le développement, puisqu'il s'agit d'un appareil appartenant à l'ONF dont les fonctions initiales ont été modifiées et adaptées en vue de la numérisation des films. L'ONF a ainsi deux appareils pour produire un master numérique source image et son à partir des bandes originales de ses œuvres, rendant éventuellement disponible un fichier pivot qui permet d'offrir le film dans le format souhaité et de le conserver pour la postérité.

L'ONF a aussi grandement amélioré la gestion de ses actifs numériques au cours de l'année 2014-2015, en entamant la première phase d'implémentation de son système de gestion des contenus multimédias (MAM). Cet outil permet à l'ONF de gérer plus efficacement ses actifs numériques et facilite la mise à disposition de ses œuvres aux Canadiens et aux Canadiennes. La principale caractéristique du MAM est que tous les éléments d'une œuvre audiovisuelle, soit les fichiers son et image, mais aussi le matériel promotionnel de l'œuvre, sont accessibles de manière centralisée. Le MAM est composé de deux modules : le Système de gestion des œuvres (SGO) qui permet de gérer les métadonnées des œuvres et TELESCOPE qui offre à tous les utilisateurs la possibilité de visionner, partager et ajouter des actifs. Le module TELESCOPE a été développé par une firme externe dans le cadre d'un partenariat technologique avec l'ONF.

L'ONF a aussi mis en place un plan de conservation afin d'assurer la sécurité physique de sa collection d'œuvres audiovisuelles. Ce plan de conservation est étroitement lié au plan de numérisation, et prévoit la relocalisation des copies de sauvegarde des œuvres qui ont été numérisées. Le transfert prévu pour 2014-2015 a été retardé pour des raisons principalement financières : afin de minimiser les coûts de relocalisation, il a été convenu d'attendre d'avoir un nombre d'œuvres critique avant de procéder au transfert. Ainsi, l'objectif de la relocalisation de 2600 titres par année pour 2014-2015 a été reporté.

[14] Le terme « titre » se réfère à une version d'une œuvre audiovisuelle, comme la version anglaise d'un film. Plusieurs titres peuvent se référer à une même œuvre audiovisuelle.

[15] Avec le lancement du système de gestion MAM, une nouvelle méthodologie de calcul d'un nombre de titres assortis d'un pivot a été implantée. Toutefois, afin d'assurer une constance avec les données rapportées dans les années précédentes, les données seront présentées selon l'ancienne Selon la nouvelle méthodologie, un cumulatif de 2 858 titres sont assortis d'un pivot au 31 mars 2015 (762 en 2014-2015).

Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction

Description

Ce sous-programme fait en sorte que les œuvres audiovisuelles canadiennes sont mises à la disposition des consommateurs canadiens et internationaux. Elle permet aux consommateurs individuels d'accéder aux produits culturels canadiens et d'interagir avec des contenus qui reflètent notre histoire et nos valeurs et font connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux habitants des autres nations. Ce faisant, les consommateurs nationaux et internationaux partagent une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.

Les mécanismes utilisés pour cette mise à disposition comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de marchés et de canaux diversifiés, p. ex. : salles, télévision, Internet/plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2014-2015	Dépenses réelles 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
6 218 225	9 866 774	3 648 549 [16]

Ressources humaines (ETP)

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
45	68	23

[16] L'écart budgétaire s'explique principalement par les investissements faits pour la refonte du site web ONF.ca | NFB.ca et les réorganisations effectuées au sein de la division Marketing et communications qui ont entraînés une réaffectation des fonds dédiés aux sous-programmes 1.2.3 et 1.2.4.

Résultats du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les consommateurs visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition des consommateurs (télé, salles, DVD, lecture en continu, etc.).	21 millions d'ici le 31 mars 2015	34 989 875
Les consommateurs interagissent avec l'ONF.	Nombre de consommateurs par niveau d'interaction (utilisateurs enregistrés ou clients).	92 000 enregistrés ; 9 000 clients d'ici le 31 mars 2015	405 127 enregistrés; 11 400 clients
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition des consommateurs.	2,6 millions d'ici le 31 mars 2015	1 674 571

Analyse du rendement et leçons retenues

Le nombre total de visionnages par les consommateurs de contenu de l'ONF sur divers canaux d'accès a atteint 35 millions en 2014-2015, soit une augmentation de 48 % par rapport à 23,7 millions l'an dernier. Cette augmentation est principalement attribuable à la forte hausse des visionnages à la télévision.

ONF.ca | NFB.ca et les visionnages en ligne

L'Espace de visionnage en ligne ONF.ca | NFB.ca est le fer de lance de l'ONF pour rendre accessible ses œuvres et interagir avec les consommateurs. Au 31 mars 2015, c'est près de 3 000 productions de l'ONF qui sont offertes gratuitement à la population canadienne et au monde entier. C'est un outil extraordinaire pour rejoindre les cinéphiles et leur faire connaître le patrimoine audiovisuel canadien.

C'est pourquoi une nouvelle mouture d'ONF.ca | NFB.ca a été élaborée au cours de l'année 2014-2015 afin d'en rehausser l'attrait auprès des consommateurs. L'ONF a enrichi son offre de films en ligne, notamment en incluant plusieurs centaines de films indépendants canadiens distribués par ses partenaires, l'Excentris et le First Weekend Club. En effet, le nouveau ONF.ca | NFB.ca se veut être la destination canadienne pour trouver des films qui raconte des histoires qui interpellent les Canadiens. De plus, l'expérience des utilisateurs a été optimisée, notamment en améliorant la fonction de recherche des films et en offrant une sélection unique et hautement éditorialisée de films ONF et non-ONF. Cette nouvelle version d'ONF.ca | NFB.ca a été lancée le 16 avril 2015.

Parallèlement, l'ONF mise aussi sur d'autres canaux de diffusion afin d'accroître la diffusion, l'accessibilité et la visibilité de ses œuvres. Ainsi, l'ONF a maintenu ses partenariats avec des plateformes de contenus telles que Netflix Canada, iTunes, Vimeo ou YouTube, et avec LG et Samsung, afin que ses œuvres puissent être visionnées sur la télévision connectée. L'ONF a aussi assuré une forte présence sur les réseaux sociaux afin d'interagir avec ses auditoires.

Notons aussi que l'ONF a poursuivi le développement technologique pour les appareils mobiles et les tablettes. L'application Studio StopMo, qui permet aux utilisateurs de créer leurs propres films en animation image par image, a notamment été sélectionnée par Apple Canada comme l'une des meilleures applications pour l'iPad en 2014 et a remporté le grand prix Boomerang de la meilleure application ou site Web, dans la catégorie arts et culture.

Partenariats stratégiques

L'ONF a continué ses différents partenariats d'envergure avec Via Rail Canada, Aéroport de Montréal et Air Canada pour la diffusion de ses œuvres à travers le pays, et notamment pour souligner le 75^{e} anniversaire de l'ONF. En 2014-2015, plusieurs projets mis en place avec nos partenaires ont permis à l'ONF de mieux rejoindre la population canadienne :

- Festival enRoute Air Canada
- Programmation thématique 75^{e} anniversaire de l'ONF à bord de tous les trains de VIA Rail dans le corridor Québec-Windsor
- Émission de cinq timbres commémoratifs à l'occasion de son 75^{e} anniversaire par Postes Canada (2,5 millions de timbres)
- Pour la 7e année consécutive, l'ONF a produit 8 courts films honorant les lauréats des Prix du Gouverneur général aux arts de la scène. Cette année, la fondation a lancé un IBook pour célébrer les 22 années de cet événement, accessible gratuitement
- Rendez-vous de la Francophonie : partenaire pour une 9^{e} année consécutive, l'ONF a organisé 243 projections dans 78 villes canadiennes. Cette 17^{e} édition des Rendez-vous a été la 2e meilleure participation de l'ONF à l'évènement la plus réussie en ce qui a trait à l'assistance.
- Défi de la fête du Canada : en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien, l'ONF a mis sur pied un atelier d'initiation à la création d'un court film, avec un guide pédagogique original, à l'intention des gagnants du défi pour documenter leur séjour à Ottawa.

Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnel, éducatif, et interaction

Description

Ce sous-programme permet aux organismes éducatifs et institutionnels canadiens et internationaux de mettre des produits culturels canadiens et leurs valeurs inhérentes à la disposition de leurs membres et des élèves. Elle soutient la distribution des œuvres audiovisuelles et contenus canadiens, lesquels comprennent des ateliers éducatifs et des activités pédagogiques, aux auditoires des marchés institutionnel et éducatif, au Canada et à l'étranger, ainsi que l'utilisation de ces œuvres et contenus par ces auditoires. Les productions et les contenus de l'ONF doivent être largement accessibles, mis en valeur et distribués sur les marchés éducatifs canadien et international (personnel enseignant, écoles, commissions scolaires, collèges, universités et ministères de l'éducation) ainsi que sur les marchés institutionnels (bibliothèques publiques, services sociaux et de soins de santé, associations communautaires et culturelles, entreprises) afin de favoriser l'interaction de la jeunesse canadienne et d'enrichir les activités éducatives qui lui sont destinées. Les mécanismes utilisés pour la mise à disposition des productions et contenus comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de canaux diversifiés, p. ex. : Internet, plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2014-2015	Dépenses réelles 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
4 369 193	4 162 326	-206 867

Ressources humaines (ETP)

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
32	47	15

Résultats du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation (c.-à-d. vente de DVD aux écoles, ateliers pour enseignants, abonnements en ligne, etc.)	14 millions d'ici le 31 mars 2015	10 191 987
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel interagissent avec l'ONF	Nombre d'utilisateurs du milieu de l'éducation par niveau d'engagement (utilisateurs enregistrés ou clients).	8 000 enregistrés; 3 000 clients d'ici le 31 mars 2015	20 385 enregistrés; 6373 clients
	Quantité de matériel pédagogique téléchargé.	40 000 d'ici le 31 mars 2015	20 000 [17]
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation.	2,6 millions d'ici le 31 mars 2015	1 757 923

Analyse du rendement et leçons retenues

Le développement de l'offre éducative en ligne est aujourd'hui au cœur du sous-programme d'accès des marchés institutionnel et éducatif de l'ONF. Néanmoins, ce sous-programme s'accomplit aussi par des projections de films dans les bibliothèques et autres institutions publiques du pays, ainsi que par une variété d'ateliers et d'activités qui s'inscrivent dans la vie de la population canadienne.

L'offre éducative en ligne de l'ONF

Afin de poursuivre l'amélioration de ses ressources éducatives en ligne, l'ONF a enrichi le contenu offert aux professionnels de l'éducation. De nombreuses œuvres ont été acquises auprès de maisons de production indépendantes afin d'enrichir le fonds éducatif de l'ONF. De plus, les fonctionnalités de la plateforme CAMPUS ont été améliorées, notamment en offrant la

[17] L'écart entre la cible et le résultat réel s'explique par un changement de méthodologie: les données étaient auparavant mesurées à partir de l'analyse des logs et sont à présent mesurés via Google Analytics. De plus, des erreurs au niveau du marquage des pages web pour l'utilisation de Google Analytics ont eu pour conséquence d'avoir une mesure incomplète de cet indicateur pour l'année 2014-2015. Le nombre de 20 000 est un estimé.

possibilité aux professeurs et aux étudiants de partager leurs sélections et leurs extraits de films et en proposant une sélection plus étoffée de modules d'apprentissage.

Notons aussi que la version CAMPUS US a été lancée en septembre 2014 et que l'ONF a entrepris des démarches pour trouver un partenaire en vue de son implantation dans le marché américain, à la suite d'une analyse du marché scolaire américain.

Ateliers éducatifs et classes virtuelles

Au cours de l'année 2014-2015, 27 452 étudiants ont participé aux 941 ateliers organisés par l'ONF dans plusieurs villes du pays. De plus, quatre classes virtuelles ont aussi été organisées durant l'année, dont deux dans le cadre du Mois de l'histoire des Noirs.

Marché institutionnel canadien

L'ONF a poursuivi ses activités auprès du réseau de bibliothèques publiques du pays et a continué ses projections publiques, notamment dans le cadre de L'ONF à la maison, en partenariat avec le réseau Accès culture de la Ville de Montréal, et à l'occasion de la fête du Canada. La 2e édition de la fête du court métrage, *Le jour le plus court*, a attiré environ 15 000 personnes qui ont assisté aux projections de films de l'ONF le 21 décembre 2014.

D'autres activités ont eu lieu partout au Canada avec des institutions du pays. Notons, par exemple, la tournée de 10 projections du film *Danny* organisée un peu partout dans la province de Terre-Neuve-et-Labrador, qui a remporté un vif succès, et la projection de *Trick or Treaty? (Ruse ou traité)* d'Alanis Obomsawin à l'occasion du lancement du *NSI Aboriginal Documentary* à Winnipeg. Le lancement du film *Je me souviens : 100 ans du Royal 22e Régiment*, a donné lieu à de nombreuses projections. Les commémorations marquant le Centenaire de la Grande Guerre ont aussi été l'occasion de présenter nos œuvres dans une vingtaine de lieux historiques de Parcs Canada au pays.

Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Description

Par ce sous-programme, l'ONF permet à l'industrie audiovisuelle canadienne et internationale de participer à la promotion de la culture et du patrimoine canadiens par l'entremise de partenariats avec les secteurs public et privé. Ces partenariats facilitent les échanges de connaissances et de talents, favorisent une étroite collaboration avec l'industrie dans les principaux festivals et marchés (p. ex. : MIP, Banff, Hot Docs, Sunny Side of the Doc) grâce à des tables rondes, des séances de questions et réponses, des concours, des remises de prix, etc. Les activités englobent également la mise en marché et la promotion des œuvres audiovisuelles et des compilations thématiques de l'ONF dans les grands festivals et marchés nationaux et internationaux, de même que dans les événements d'importance (tels que les nominations aux Oscars, Expositions universelles, le 400e anniversaire de la ville de Québec), ainsi que la mise en marché et la promotion des rétrospectives des œuvres de l'ONF et de ses éminents cinéastes (Norman McLaren, Pierre Perrault, Alanis Obomsawin).

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2014-2015	Dépenses réelles 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
1 588 798	1 262 431	-326 367

Ressources humaines (ETP)

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
11	19	8

Résultats du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Résultats réels
L'expertise de l'ONF est reconnue dans un large éventail de grands festivals et événements de l'industrie au Canada et à l'étranger.	Nombre d'événements (panels, présentations, tables rondes) auxquels participe l'ONF à titre d'expert.	20 d'ici le 31 mars 2015	103
Participants présents	Nombre de participants à ces événements.	Niveau de référence établi à 10 000	110 000
Films de l'ONF sélectionnés dans les festivals	Nombre de films de l'ONF sélectionnés dans les festivals canadiens et internationaux.	300 d'ici le 31 mars 2015	442

Analyse du rendement et leçons retenues

Cette année encore, l'ONF a rayonné auprès de l'industrie nationale et internationale par sa présence aux festivals de films d'importance, mais aussi de par un grand nombre d'activités partout dans le monde marquant le 75e anniversaire de l'ONF et le centenaire du cinéaste Norman McLaren.

La présence de l'ONF aux festivals et événements de l'industrie

Au Canada, l'ONF a été présent sur la scène des festivals de films du pays, notamment au Festival international canadien du documentaire Hot Docs de Toronto, au festival imagineNATIVE de Toronto, au Festival international d'animation d'Ottawa (OIAF) et aux Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM).

Plusieurs des nouvelles productions de l'ONF ont été sélectionnées dans les plus prestigieux festivals, événements et concours. Le film *My Mouton and Me* (*Ma Moulton et moi*) a été en nomination aux Oscars, alors que *The Amina Profile* (*Le profil d'Amina*) a été présenté en première mondiale au Festival de films Sundance et a remporté le Prix spécial du Jury dans la catégorie documentaire canadien aux Hot Docs. Une délégation de l'ONF était aussi présente au Festival d'animation d'Annecy 2014, où huit de ses productions ont été sélectionnées. Dans l'ensemble, les productions de l'ONF ont été sélectionnées à 442 occasions dans le cadre d'évènements de l'industrie cinématographique en 2014-2015.

Le 75e anniversaire de l'ONF

De nombreuses activités ont souligné le 75e anniversaire de l'ONF, tant au pays qu'à l'international. Au Canada, l'exposition *Image x Image, le cinéma d'animation à l'ONF* présentée au Musée de la civilisation à Québec de juin 2014 à août 2015 a attiré plus de 59 691 visiteurs au 31 mars 2015. Aux Soirées cinéma Rideau Hall en août 2014, une présentation de courts métrages en l'honneur du 75e anniversaire de l'ONF a eu lieu en présence du Gouverneur général, le très honorable David Johnston. Postes Canada a émis 2,5 millions de timbres en mettant à l'honneur cinq films mémorables de notre collection. De plus, plusieurs partenaires ont souligné cet anniversaire en présentant la bande annonce du 75e anniversaire de l'ONF à l'occasion de festivals et autres évènements.

Le 75e anniversaire de l'ONF a aussi été souligné à divers évènements internationaux. L'ambassade du Canada à Tokyo a notamment organisé une série de « grands classiques » de l'ONF en présence d'invités de marque et de cinéastes, et un hommage à l'ONF a eu lieu au centre culturel canadien à Paris, le 16 septembre 2014.

Les célébrations du 100e anniversaire de Norman McLaren

Afin de commémorer le centenaire de la naissance du cinéaste d'animation Norman McLaren, l'ONF a collaboré à l'évènement McLaren 2014, organisé par le Centre for the Moving Image (CMI) en Grande-Bretagne. Plus de 62 000 personnes ont pris part à quelque 80 événements — expositions, projections, ateliers et spectacles — tenus dans 41 différents endroits au Royaume-Uni. Parmi les activités marquantes de cet événement, mentionnons l'exposition *A Dream of Stirling: Norman McLaren's Scottish Dawn* au Smith Museum and Art Gallery, ainsi que la première mondiale de quatre films en animation en 3D (les premiers films d'animation en 3D réalisés au monde) au festival d'Edinburgh.

À l'occasion du Festival d'animation d'Annecy, une présentation du programme *McLaren Now!/McLaren aujourd'hui* a eu lieu, mettant en valeur les « héritiers » de Norman McLaren venant de tous les horizons et de toutes les nationalités. Ce programme fut aussi présenté par le Centre culturel canadien à Paris. Dans la foulée, deux autres programmes de films ont été créés et tous trois ont été offerts en ligne sur ONF.ca. L'ONF a aussi participé à l'exposition *McLaren en héritage* en prêtant des artéfacts et des images d'archives au Musée Château Annecy (France).

Au Canada, l'ONF a notamment présenté *Re-Sounding the Films of Norman McLaren*, une projection de sept courts métrages de McLaren au TIFF, dans l'espace piétonnier appelé « Rue du Festival ».

Les commémorations du centenaire du début de la Première Guerre mondiale

L'ONF, en collaboration avec la Société Radio-Canada, a lancé le documentaire *Je me souviens : 100 ans du Royal 22e Régiment*, produit pour souligner le centenaire du fameux régiment, qui coïncidait avec le 100e anniversaire du début de la Première Guerre mondiale. L'étroite collaboration avec le Régiment, Patrimoine canadien et le ministère de la Défense a permis d'accroître la diffusion de l'œuvre au pays et à l'étranger dans le cadre de nombreuses activités. Une copie du film a d'ailleurs été remise en main propre au Pape François 1er et à la Reine Elizabeth II.

De plus, l'ONF participe de manière ponctuelle aux commémorations des Deux guerres mondiales en mettant à la une de ONF.ca des œuvres marquantes de sa collection sur les grands conflits, qui remportent un vif succès auprès de ses usagers.

Mentionnons enfin qu'une récente collaboration avec Parcs Canada permet aussi à l'ONF de rayonner auprès d'un large public avec la programmation de ses œuvres qui soulignent le centenaire de la Grande guerre dans une vingtaine de lieux historiques au pays.

Services internes

Description

Les services internes sont des groupes d'activités et de ressources connexes qui sont gérés de façon à répondre aux besoins des programmes et des autres obligations générales d'une organisation. Ces groupes sont les suivants : services de gestion et de surveillance, services des communications, services juridiques, services de gestion des ressources humaines, services de gestion des finances, services de gestion de l'information, services des technologies de l'information, services de gestion des biens immobiliers, services de gestion du matériel, services de gestion des acquisitions et services de gestion des voyages et autres services administratifs. Les services internes comprennent uniquement les activités et les ressources destinées à l'ensemble d'une organisation et non celles fournies à un programme particulier.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2014-2015	Dépenses prévues 2014-2015	Autorisations totales pouvant être utilisées 2014-2015	Dépenses réelles (autorisations utilisées) 2014-2015	Écart (dépenses réelles moins dépenses prévues) 2014-2015
7 876 709	7 876 709	9 523 573	8 457 516	580 807

Ressources humaines (ETP)

Prévu 2014-2015	Réel 2014-2015	Écart (nombre réel moins nombre prévu) 2014-2015
52	52	-

Analyse du rendement et leçons retenues

Le siège social de l'ONF changera d'adresse

L'ONF a poursuivi ses démarches en vue de déménager son siège social. Le 25 septembre 2014, le gouvernement fédéral a annoncé la relocalisation de l'ONF dans un tout nouvel édifice du centre-ville de Montréal. Puis, le 19 mars 2015, la Ville de Montréal a formellement approuvé la réalisation du projet architectural de la Société d'hypothèque et de logement de Montréal (SHDM), qui accueillera les nouveaux bureaux en 2017-2018.

Le lancement d'un projet phare de gestion de l'information

À la suite du développement d'un plan de gestion de l'information, début 2014, l'ONF a concentré ses efforts sur la mise ne place d'une infrastructure de gestion des actifs multimédias, intégrant les documents, l'information audiovisuelle, graphiques et bibliographique dans un nouveau système : le MAM (pour *Media Asset Management*). Il s'agit d'un outil innovateur de visionnage, de partage des ressources et de collaboration qui héberge toutes les œuvres audiovisuelles de l'ONF. Le personnel peut désormais visionner un film en trois clics, consulter, télécharger et partager un important volume de contenus de toutes sortes, dont des films, des photos, du matériel promotionnel et d'autres éléments de la collection de l'ONF.

Cadre de responsabilisation de gestion (CRG)

L'ONF a fait l'objet d'une évaluation du CRG durant 2014-2015 et les résultats finaux lui ont été communiqués le 30 avril 2015. L'ONF a été évalué sur la composante des rapports financiers externes, pour laquelle l'institution a bien performé, ainsi que sur la composante de la gestion de l'information (GI-TI), pour laquelle certaines lacunes ont été relevées. L'ONF a mis en place de nouvelles procédures afin de mieux se conformer à la Directive sur la tenue de documents.

La gestion des talents

La transformation organisationnelle demeurant une priorité stratégique, l'ONF continue d'investir dans le développement des compétences de ses gestionnaires. En 2014-2015, l'équipe des Ressources humaines a offert à tous les gestionnaires plusieurs modules de formation en leadership : communication mobilisatrice, performance optimale, élaboration d'objectifs « SMART » et gestion positive du changement. Le taux de participation à ces formations, de même que la rétroaction, ont été très satisfaisants.

Ressources humaines

L'ONF a déployé des efforts de recherche d'une solution informatisée visant à améliorer la gestion du rendement de ses employés. En raison des paramètres de sécurité informatique et des coûts engendrés par un tel système, les besoins sont présentement en cours de réévaluation.

L'ONF a aussi poursuivi la mise en œuvre de son plan de communication interne (2013) par le biais d'actions concrètes. Par exemple, la tenue de groupes de discussion avec les employés des studios à travers le pays sur l'amélioration des communications internes. À deux reprises cette année, en octobre 2014, puis en mars 2015, l'équipe de direction a présenté un important état des lieux organisationnel à l'ensemble des employés.

Par ailleurs, l'ONF a débuté les rencontres de négociations avec les trois syndicats en vue de renouveler les conventions collectives échues depuis le 30 juin 2014. Finalement, au cours de l'année 2014-2015, l'ONF a développé un code organisationnel basé sur le code de valeurs et d'éthique du secteur public qui inclut le code régissant les conflits et l'après –mandat. Il y a eu en tout 19 ateliers de formation qui ont été donnés afin de former les employés de l'ONF.

Section III : Renseignements supplémentaires

Faits saillants des états financiers

État condensé des résultats et de la situation financière nette ministérielle (audité)
Pour l'exercice se terminant le 31 mars 2015
(en dollars)

Information financière	Résultats attendus 2014-2015	Résultats réels 2014-2015	Résultats réels 2013-2014	Écart (résultats réels 2014-2015 moins résultats attendus 2014-2015)	Écart (résultats réels 2014-2015 moins résultats réels 2013-2014)
Total des charges	69 593 627	64 445 424	66 441 436	-5 148 203	-1 996 012
Total des revenus	5 700 000	3 730 191	3 975 146	-1 969 809	-244 955
Coût de fonctionnement net avant le financement du gouvernement et les transferts	63 893 627	60 715 233	62 466 290	-3 178 394	-1 751 057

Charges

L'écart entre les charges prévues et les charges réelles provient principalement de deux éléments : les dépenses capitalisables de 2014-2015 ont été supérieures à celles anticipées et la baisse des revenus a imposé un ajustement des dépenses afin de maintenir une situation équilibrée. La variation des dépenses capitalisables explique également l'écart avec les dépenses réelles des 2013-2014 et celles de 2014-2015. Les dépenses capitalisables de 2014-2015 ont été de 3,8 millions de dollars comparativement à 2,2 millions de dollars en 2013-2014.

Charges par grands secteurs

Charges	2014-2015	2013-2014[18]	2014-2015	2013-2014
	(en dollars)		*(en %)*	
Programmation - Française et anglaise	32 928 119	33 524 702	51,1	50,5
Distribution	5 987 065	4 911 935	9,3	7,4
Marketing, accessibilité et rayonnement	13 166 256	13 384 919	20,4	20,1
Développement et applications numériques	2 959 199	5 328 734	4,6	8,0
Sous-total	**55 040 639**	**57 150 290**	**85,4**	**86,0**
Services internes	9 404 785	9 291 146	14,6	14,0
Total des charges	**64 445 424**	**66 441 436**	**100,0**	**100,0**

En 2014-2015, l'ONF a effectué des investissements importants dans la refonte de son Espace de visionnage en ligne ONF.ca et dans l'implantation d'un système de gestion des médias permettant de mieux exploiter ses œuvres. Cet investissement a été capitalisé et sera amorti sur les prochaines années. L'inscription des coûts aux actifs de l'ONF explique la diminution des dépenses dans le secteur 'Développement et applications numériques'.

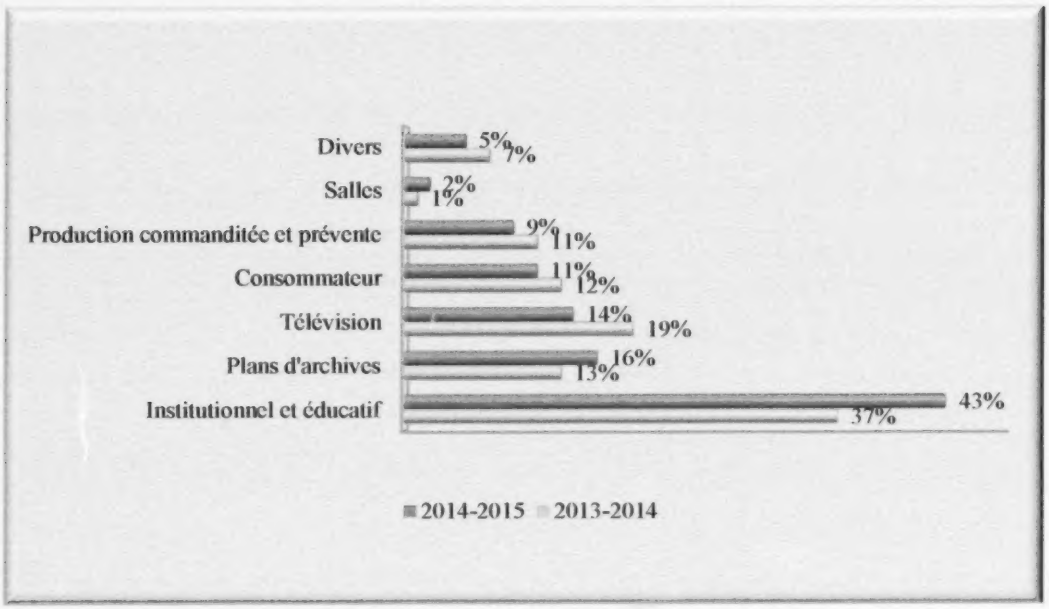
Revenus

Les revenus prévus de 2014-2015 comportaient des recettes anticipées liées à la technologie 4K. La demande de ce marché pour les productions documentaires s'est avérée plus faible que prévue. D'autre part, des délais dans l'élargissement de l'offre de CAMPUS aux États-Unis n'a pas permis de réaliser les revenus anticipés.

Comparativement aux résultats de l'année 2013-2014, le marché de la télévision continue de subir des réductions qui sont principalement liées au fractionnement des revenus de publicité et à l'affaiblissement des créneaux de films documentaires.

[18] Il est à noter que les montants des charges des secteurs ont été modifiés par rapport à ceux présentés dans le RMR de 2013-2014, et ce afin de les rendre conforme à la reclassification effectuée dans les États financiers.

Revenus par grands secteurs



Salles : Les revenus provenant des salles de cinéma sont stables.

Production commanditée et prévente : Les revenus de production commanditée et prévente proviennent principalement d'entente de partenariat avec le producteur et diffuseur européen ARTE.

Divers : Les principales composantes des revenus divers sont les revenus provenant du partenariat Documentary Channel et les gains ou perte liées aux variations de change sur les ventes en devises étrangères.

Consommateur : Les ventes aux consommateurs sont affectées par le virage numérique puisque les prix unitaires pour les produits numériques sont inférieurs en format traditionnel (ex. : DVD). La hausse de volume ne compense pas la réduction des prix.

Télévision : Le marché de la télédiffusion subit une décroissance compte tenu du fractionnement des revenus de publicité sur les différentes plateformes et de la réduction des créneaux de diffusion du documentaire d'auteur.

Institutionnel et éducatif : L'amélioration de l'offre sur la plateforme CAMPUS dédiée au marché de l'éducation a permis une légère hausse des revenus du secteur éducatif. L'ONF a également reconnu des revenus non-monétaires de 157 000 dollars provenant de divers

partenariats, le plus important étant l'entente avec le musée écossais Center for Moving Image dans l'exposition McLaren 2014 soulignant le 100ième anniversaire du cinéaste.

État condensé de la situation financière (audité)
Au 31 mars 2015
(en dollars)

Information financière	2014-2015	2013-2014	Écart (2014-2015 moins 2013-2014)
Total des passifs nets	12 716 609	9 952 151	2 764 458
Total des actifs financiers nets	7 907 214	6 443 795	1 463 419
Dette nette ministérielle	4 809 395	3 508 356	1 301 039
Total des actifs non financiers	8 472 546	6 855 358	1 617 188
Situation financière nette ministérielle	3 663 151	3 347 002	316 149

L'augmentation des passifs nets est principalement due à l'augmentation des salaires à payer à la fin de l'année liée à la mise en œuvre du paiement des salaires en arrérage, aux obligations au titre de cessation d'emploi enregistrées suite à l'annonce d'une réorganisation en mars 2015 ainsi qu'à l'augmentation de la provision pour absences rémunérées en lien avec des indemnités d'accidents du travail. Ces dettes sont financées par le Montant à recevoir du Trésor, et sont incluses dans les actifs financiers nets.

L'augmentation de la dette nette ministérielle provient principalement de l'augmentation des vacances à payer, de la variation des prestations de cessation d'emploi à payer et de l'augmentation des avantages sociaux futur.

Les actifs non financiers sont composés majoritairement des immobilisations corporelles dont la valeur nette a augmenté de 1,5 million de dollars.

États financiers

États financiers de l'ONF 2014-2015.[x]

Tableaux de renseignements supplémentaires

Les tableaux de renseignements supplémentaires du *Rapport ministériel sur le rendement 2014-2015* sont disponibles sur le site Web de l'Office national du film.

- Stratégie ministérielle de développement durable (7.2 Achats écologiques)

Dépenses fiscales et évaluations

Il est possible de recourir au régime fiscal pour atteindre des objectifs de la politique publique en appliquant des mesures spéciales, comme de faibles taux d'impôt, des exemptions, des déductions, des reports et des crédits. Le ministère des Finances Canada publie annuellement des estimations et des projections du coût de ces mesures dans une publication intitulée *Dépenses fiscales et évaluations*[xi]. Les mesures fiscales présentées dans ladite publication relèvent de la seule responsabilité du ministre des Finances.

Section IV : Coordonnées de l'organisation

Office national du film du Canada
3155, chemin de la Côte-de-Liesse
Montréal (Québec) H4N 2N4
Canada

Planification stratégique et relations gouvernementales
rapports@onf-nfb.gc.ca
514-261-5849

Annexe : Définitions

architecture d'alignement des programmes (*Program Alignment Architecture*) : Répertoire structuré de tous les programmes d'un ministère ou organisme qui décrit les liens hiérarchiques entre les programmes et les liens aux résultats stratégiques auxquels ils contribuent.

cadre pangouvernemental (*whole-of-government framework*) : Schéma représentant la contribution financière des organisations fédérales qui dépendent de crédits parlementaires en harmonisant leurs programmes avec un ensemble de 16 secteurs de résultat pangouvernementaux de haut niveau regroupés sous 4 secteurs de dépenses.

cible (*target*) : Niveau mesurable du rendement ou du succès qu'une organisation, un programme ou une initiative prévoit atteindre dans un délai précis. Une cible peut être quantitative ou qualitative.

crédit (*appropriation*) : Autorisation donnée par le Parlement d'effectuer des paiements sur le Trésor.

dépenses budgétaires (*budgetary expenditures*) : Les dépenses budgétaires comprennent les dépenses de fonctionnement et en capital; les paiements de transfert à d'autres ordres de gouvernement, à des organisations ou à des particuliers; et les paiements à des sociétés d'État.

dépenses non budgétaires (*non-budgetary expenditures*) : Recettes et décaissements nets au titre de prêts, de placements et d'avances, qui modifient la composition des actifs financiers du gouvernement du Canada.

dépenses législatives (*statutory expenditures*) : Dépenses approuvées par le Parlement à la suite de l'adoption d'une loi autre qu'une loi de crédits. La loi précise les fins auxquelles peuvent servir les dépenses et les conditions dans lesquelles elles peuvent être effectuées.

dépenses prévues (*planned spending*) : En ce qui a trait aux RPP et aux RMR, les dépenses prévues s'entendent des montants approuvés par le Conseil du Trésor au plus tard le 1er février. Elles peuvent donc comprendre des montants qui s'ajoutent aux dépenses prévues indiquées dans le budget principal des dépenses.

Un ministère est censé être au courant des autorisations qu'il a demandées et obtenues. La détermination des dépenses prévues relève du ministère, et ce dernier doit être en mesure de justifier les dépenses et les augmentations présentées dans son RPP et son RMR.

dépenses votées (*voted expenditures*) : Dépenses approuvées annuellement par le Parlement à la suite de l'adoption d'une loi de crédits. Le libellé du crédit régit les conditions dans lesquelles ces dépenses peuvent être effectuées.

équivalent temps plein (*full-time equivalent*) : Mesure utilisée pour déterminer dans quelle mesure un employé représente une année-personne complète dans le budget ministériel. L'équivalent temps plein est calculé en fonction du coefficient des heures de travail assignées et des heures normales de travail. Les heures normales de travail sont établies dans les conventions collectives.

indicateur de rendement (*performance indicator*) : Moyen qualitatif ou quantitatif de mesurer un extrant ou un résultat en vue de déterminer le rendement d'une organisation, d'un programme, d'une politique ou d'une initiative par rapport aux résultats attendus.

plan (*plan*) **:** Exposé des choix stratégiques qui montre comment une organisation entend réaliser ses priorités et obtenir les résultats connexes. De façon générale, un plan explique la logique qui sous-tend les stratégies retenues et tend à mettre l'accent sur des mesures qui se traduisent par des résultats attendus.

priorité (*priorities*) : Plan ou projet qu'une organisation a choisi de cibler et dont elle rendra compte au cours de la période de planification. Il s'agit de ce qui importe le plus ou qui doit être fait en premier pour appuyer la réalisation du ou des résultats stratégiques souhaités.

production de rapports sur le rendement (*performance reporting*) : Processus de communication d'information sur le rendement fondée sur des éléments probants. La production de rapports sur le rendement appuie la prise de décisions, la responsabilisation et la transparence.

programme (*program*) : Groupe d'intrants constitué de ressources et d'activités connexes qui est géré pour répondre à des besoins précis et pour obtenir les résultats visés, et qui est traité comme une unité budgétaire.

programme temporisé (*sunset program*) : Programme ayant une durée fixe et dont le financement et l'autorisation politique ne sont pas permanents. Ce programme est aussi appelé programme à durée temporaire ou programme à élimination graduelle. Lorsqu'un tel programme arrive à échéance, une décision doit être prise quant à son maintien. Dans le cas d'un renouvellement, la décision précise la portée, le niveau de financement et la durée.

rapport ministériel sur le rendement (*Departmental Performance Report*) : Rapport traitant des réalisations concrètes d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires au regard des

plans, des priorités et des résultats attendus exposés dans le rapport sur les plans et les priorités correspondant. Ce rapport est déposé au Parlement à l'automne.

rapport sur les plans et les priorités (*Report on Plans and Priorities*) : Rapport fournissant des renseignements au sujet des plans et du rendement prévu sur trois ans d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires. Ces rapports sont déposés au Parlement chaque printemps.

rendement (*performance*) : Utilisation qu'une organisation a faite de ses ressources en vue d'obtenir ses résultats, mesure dans laquelle ces résultats ses comparent à ceux que l'organisation souhaitait obtenir, et mesure dans laquelle les leçons apprises ont été cernées.

résultat (*result*) : Conséquence externe attribuable en partie aux activités d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative. Les résultats ne relèvent pas d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative unique, mais ils s'inscrivent dans la sphère d'influence de l'organisation.

résultat stratégique (*Strategic Outcome*) : Avantage durable et à long terme pour les Canadiens qui est rattaché au mandat, à la vision et aux fonctions de base d'une organisation.

résultats du gouvernement du Canada (*Government of Canada outcomes*) : Ensemble de 16 objectifs de haut niveau établis pour l'ensemble du gouvernement et regroupés selon 4 secteurs de dépenses : affaires économiques, affaires sociales, affaires internationales et affaires gouvernementales.

Structure de la gestion, des ressources et des résultats (*Management, Resources and Results Structure*) **:** Cadre exhaustif comprenant l'inventaire des programmes, des ressources, des résultats, des indicateurs de rendement et de l'information de gouvernance d'une organisation. Les programmes et les résultats sont présentés d'après le lien hiérarchique qui les unit, et les résultats stratégiques auxquels ils contribuent. La Structure de la gestion, des ressources et des résultats découle de l'architecture d'alignement des programmes.

Notes de fin de document

i. http://lois.justice.gc.ca/fra/lois/N-8/page-1.html
ii. http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/F-11/
iii. http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/a-1/
iv. http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/
v. http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/
vi. http://laws.justice.gc.ca/fra/lois/C-18.7/
vii. Cadre pangouvernemental, http://www.tbs-sct.gc.ca/ppg-cpr/frame-cadre-fra.aspx
viii. Comptes publics du Canada 2015, http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/recgen/cpc-pac/index-fra.html
ix. Site Web de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/recgen/cpc-pac/index-fra.html
x. Office national du film, États financiers 2014-2015, www.onf-nfb.gc.ca/medias/download/documents/pdf/onf-etats-financiers-2014-2015.pdf
xi. Dépenses fiscales du gouvernement du Canada, http://www.fin.gc.ca/purl/taxexp-fra.asp